

---

**Special issue**  
**Political communication**

---

**Miljana Micovic**

m.micovic@nextibs.com  
Profesora. Next International  
Business School. Universitat de  
Barcelona, España.

---

**María Gallego-Reguera**

m.gallego@nextibs.com  
Profesora. Next International  
Business School. Universidad  
Internacional Menéndez Pelayo.

---

**Recibido**

21 de noviembre de 2016

**Aprobado**

13 de marzo de 2017

---

© 2017

**Communication & Society**

ISSN 0214-0039

E ISSN 2386-7876

doi: 10.15581/003.30.3.185-199

www.communication-society.com

---

2017 – Vol. 30(3)

pp. 185-199

---

**Cómo citar este artículo:**

Micovic, M. & Gallego-Reguera, M.  
(2017). Análisis y comparativa de  
los debates políticos de primer  
nivel en España (2015 y 2016) y  
Serbia (2016): nuevos formatos  
televisivos para nuevos escenarios  
políticos. *Communication &  
Society* 30(3), 185-199.

## Análisis y comparativa de los debates políticos de primer nivel en España (2015 y 2016) y Serbia (2016): nuevos formatos televisivos para nuevos escenarios políticos

### Resumen

La historia de los debates electorales es un claro reflejo del contexto político de un país ante un momento tan relevante como son unas elecciones generales. España y Serbia son dos países de distinta cultura democrática y actualidad política; no obstante, en los dos estados existe una reciente tradición de los debates políticos que se celebran en las campañas electorales generales, parlamentarias y presidenciales. El principal objetivo de este estudio es realizar un análisis comparativo del formato de estos programas electorales televisados para observar los resultados, las principales similitudes y las diferencias en la realización, los temas tratados, el papel de los moderadores y la distribución espacial y temporal. En España, ante las elecciones generales de 2015 se celebraron tres debates de primer nivel, a dos (PP-PSOE), a tres (PSOE-Podemos-Ciudadanos) y a cuatro (PP-PSOE-Podemos-Ciudadanos), organizados por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, El País Digital y el grupo Atresmedia, respectivamente. En junio de 2016, se convocaron elecciones generales, ya que no se logró formar un Gobierno con los resultados anteriores, y en esta ocasión se realizó un solo debate a cuatro (PP-PSOE-Podemos-Ciudadanos). Por otro lado, en las últimas elecciones parlamentarias en Serbia, el 24 de abril de 2016, se han llevado a cabo tres debates, los días 19, 20 y 21 de abril, en los que han participado hasta 10 partidos y movimientos ciudadanos. Todos los debates fueron organizados por la Radio Televisión Serbia y el Centro para las Elecciones Libres y Democracia (CeSID).

### Palabras clave

**Debate, elecciones generales, Serbia, España, formatos televisivos, audiovisual**

### 1. Introducción

El estudio que se presenta a continuación analiza y compara los nuevos formatos de los debates, celebrados en las elecciones de 2015 y 2016 en

España y en Serbia, con el objetivo de observar las principales similitudes y las diferencias entre ellos. El análisis de los debates electorales se remonta a los celebrados entre Nixon-Kennedy (Roper, 1960). Desde entonces, su estudio, en un contexto de imparable evolución de la política hacia la mediatización y espectacularización, ha despertado un gran interés entre los investigadores (Benoit, 2002; Mazzoleni, 1998/ 2010). Con el paso del tiempo la comunidad científica ha concluido que los debates electorales apenas modifican el voto. Más bien, su celebración tiene una justificación informativa y pedagógica. Parece ser que los debates refuerzan las tendencias políticas de la audiencia, aunque siempre pueden influir en aquellos que están indecisos (Hagner & Rieselbach, 1978/ 1980; McLeod & Chafee, 1972).

En este sentido, la presente investigación se inserta en los estudios comparativos sobre los debates electorales. Como resaltan todos los estudiosos en comunicación política, se trata de un enfoque en el que faltan investigaciones. McKinney y Carlin (2004: 228) indican que el análisis de los debates internacionales es útil, ya que el enfoque comparativo intercultural permitiría a los investigadores entender mejor las similitudes y las diferencias, tanto en el contenido como en los efectos, de los debates en diferentes países. Asimismo, en el ámbito europeo se insiste cada vez más en las investigaciones comparativas. Como destaca Swanson (1995: 4), el estudio de la comunicación política se está volviendo más comparativo, ya que esta en cada país tiene formas algo diferentes, pero también presenta ciertas semejanzas.

Si bien los contextos políticos español y serbio presentan pocas similitudes, dado que en España se viven décadas de la democracia y de la libertad de expresión, mientras que Serbia se encontraba en pleno proceso de la transición y la democratización después del régimen de Slobodan Milosevic en los años noventa y, en este momento, se trata de una democracia joven, los debates electorales resultan ser un formato comparable. Lo que tienen en común los dos contextos es el hecho de que en ambos países se analizan elecciones del máximo nivel que corresponden al mismo momento cronológico para que los debates puedan compararse como dos herramientas de comunicación política actuales. Por tanto, se trata de un estudio comparativo entre diferentes países que pretende contribuir a la investigación de los debates electorales, cuyo número, como se ha indicado, es muy reducido.

## **2. Marco teórico y contexto**

El formato de los debates presidenciales y su influencia en el desarrollo de los programas y en sus efectos en los ciudadanos ha sido una de las cuestiones más analizadas en las investigaciones sobre la comunicación política. Por ejemplo, McKinney y Carlin (2004: 210) señalan que, si bien los expertos y periodistas todavía mantienen esa disputa sobre el formato del debate ideal, los académicos, en general, han abandonado esa discusión. Así, Zarefsky (1999) sostiene que la cuestión es discutible porque los debates pueden revestir formatos diferentes. Otros investigadores consideran que el formato del debate puede influir, también, en el comportamiento y la argumentación de los candidatos. Así, Kraus (1988: 121) asegura que puede dificultar el desarrollo de un hilo argumentativo sólido. Asimismo, Lanoue y Schrott (1991) consideran que los debates son una comparecencia en rueda de prensa (*joint press conference*) porque no consiguen un potencial real como ejercicios de argumentación política. En este sentido, Pfau (1984: 13) defiende que “algunos acercamientos a los debates políticos facilitan el conflicto, y otros no. Algunos obtienen respuestas sustanciales, otros no”. Sobre la influencia del formato han profundizado también Carlin, Howard, Stanfield y Reynolds (1991). Aun así, McKinney y Carlin (2004: 208) advierten que son necesarias investigaciones adicionales en el área.

Hay que tener en cuenta que existen tres formatos clásicos de debate: con moderador, con panel de prensa y por alcaldías (Schroeder, 2012). Los propios candidatos prefieren

conocer el formato, ya que creen que, si dominan cada detalle, controlan mejor su actuación en el enfrentamiento y se sienten más seguros. Por eso, cada detalle de estos programas televisados está sometido a la negociación.

El papel del moderador en un debate es, o debería ser, plenamente neutral. Esta figura debe organizar los turnos, equilibrar los tiempos y el orden de intervenciones, orientar y controlar la discusión de los oradores (Cebrián Herreros, 1992: 342). También, en ocasiones, puede actuar de representante de la audiencia, incidiendo sobre las cuestiones que puedan interesar especialmente a esta, pero sin incurrir en la formulación de juicios de valor ni identificarse con ninguno de los contendientes. El moderador debe proponer nuevos temas, sugerir el abandono de los ya suficientemente tratados, modificar sobre la marcha el rumbo de una determinada discusión e interrumpir a los participantes si no respetan el turno de habla. Según afirma Schroeder (2008: 191), el moderador debe ser aceptable para cada candidato, para el patrocinador, para la prensa y para los votantes.

A pesar de la corta tradición y la interrupción de los debates de primer nivel en España, encontramos un relevante interés científico en su estudio. En este sentido destacan las aportaciones sobre el análisis teórico y práctico de debates electorales españoles que han llevado a cabo Campo Vidal (2013), Canel (2006), Castells (2009), Díez Nicolás y Semetko (1995), Gallego Reguera (2009, 2012, 2016), Marín (2003), Ruiz Contreras (2007), Santamaría (2012) y Vidal Riera (1997), así como los estudios comparativos internacionales que han realizado Schroeder (2012), con los debates de EE.UU., y Micovic (2012, 2014), con los debates de Serbia.

Por otra parte, es importante destacar que la bibliografía existente sobre estas herramientas de la comunicación de campañas en Serbia es muy escasa. Apenas encontramos un capítulo sobre los debates en el libro de Slavujevic (2007), algunos datos relevantes en la tesis doctoral de Matic (2006), que trata sobre el uso de la televisión, en general, en las campañas serbias de 1990 a 2000; así como unos artículos recogidos en la publicación de Milivojevic (2008). Asimismo, en la compilación de estudios de Mihailovic (2008) sobre la campaña presidencial de 2008 se hallan diferentes tipos de análisis, cuyos resultados incluyen reflexiones sobre los debates electorales.

## **2.1. Los debates en 2015 y 2016 en España**

En España, la historia de los debates es relativamente corta y se presenta marcada profundamente por el sistema bipartidista español. Se iniciaron en 1993 con el cara a cara entre Felipe González (PSOE) y José María Aznar (PP) y no se volvieron a producir hasta las elecciones de 2008, cuando se enfrentaron en dos ocasiones José Luis Rodríguez Zapatero (PSOE) y Mariano Rajoy (PP). En las siguientes elecciones de 2011, se celebró un solo cara a cara entre Alfredo Pérez Rubalcaba (PSOE) y Mariano Rajoy (PP). Ante el nuevo contexto político marcado por el hundimiento del bipartidismo (Boix & López-García, 2014) y el auge nuevos líderes y estrategias de comunicación política (Casero-Ripollés, Feenstra, & Tormey, 2016; López-García, 2016; Sánchez Duarte, 2016; Del Olmo, Ruiz, & Díaz, 2016; Rodríguez Andrés, 2016) en el que se desarrollaron las siguientes elecciones generales 20-D de 2015, se plantearon diversos debates televisados entre PP, PSOE, Podemos y Ciudadanos. El 25 de febrero de 2015, en pleno debate sobre el Estado de la Nación, Pablo Iglesias retó por primera vez a Rajoy a un cara a cara, queriendo posicionarse así como candidato principal al Gobierno de España (Mateos, 2015). Como estrategia de campaña, el Partido Popular acordó que su líder debatiera solo con el PSOE y rechazó las propuestas que realizaron en este sentido los nuevos partidos políticos.

El lunes, 30 de noviembre de 2015, se produjo el primer debate de campaña, organizado por el periódico *El País* (grupo Prisa), emitido vía internet y radio por la Cadena Ser, entre Pedro Sánchez (PSOE), Pablo Iglesias (Podemos) y Albert Rivera (Ciudadanos). El encuentro,

moderado por el periodista Carlos Vega, se realizó con la ausencia de Mariano Rajoy (PP), cuestión que se evidenció dejando vacío el atril que le hubiera correspondido de acudir al debate.

El segundo debate de la campaña 2015 se realizó el lunes, 7 de diciembre y fue organizado y emitido por el Grupo Atresmedia. En esta ocasión acudieron Pedro Sánchez (PSOE), Albert Rivera (Ciudadanos) y Pablo Iglesias (Podemos), y la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría (PP), en representación su partido. Este encuentro, denominado "7D: El debate decisivo", fue moderado por los periodistas Ana Pastor (La Sexta) y Vicente Vallés (Antena 3 Televisión).

Mariano Rajoy (PP) acudió a un único debate cara a cara con Pedro Sánchez (PSOE) el lunes, 14 de diciembre. Este debate fue organizado por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión y moderado por el periodista y presidente de la institución Manuel Campo Vidal. La señal del debate se distribuyó a todas las cadenas que lo solicitaron, entre las que se encontraban La 1 de TVE, Antena 3 Televisión y La Sexta, y, también, por internet.

Ante la imposibilidad de formar Gobierno tras las elecciones generales del 20 de diciembre de 2015, se convocaron nuevas elecciones generales, que se celebraron el 26 de junio de 2016. En esta campaña electoral Mariano Rajoy (PP) accedió a debatir a cuatro y Podemos, se presentó junto con IU, Equo y otras formaciones de izquierda bajo el paraguas de Unidos Podemos. Este único debate a cuatro se celebró en la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, el lunes, 13 de junio de 2016, y fue moderado por periodistas de las principales cadenas emisoras: Ana Blanco (La 1 de TVE), Pedro Piqueras (Telecinco) y Vicente Vallés (Antena 3 Televisión).

## **2.2. Los debates en 2016 en Serbia**

Los debates en Serbia empiezan a celebrarse en los años noventa, durante el régimen de Milosevic. Aunque este político no participó nunca en un debate, los políticos serbios se enfrentaron en televisión en diferentes tipos de programas. Los primeros, entre más de dos candidatos (1990, 1992) y fueron organizados por las televisiones locales, mientras que el primer cara a cara en 1997 fue organizado por la televisión nacional. Los cambios en la política serbia se produjeron en el año 2000, cuando acabó el régimen de Milosevic y llegó al gobierno la liga de los demócratas (DOS). Ese año no hubo debates, pero en los años posteriores y hasta la actualidad, durante la transición a la democracia, se han celebrado debates cara a cara en los años 2002, 2004, 2008, 2012. En el año 2012 y 2016, en un período que se considera una democracia joven, también se celebraron debates entre más candidatos, líderes de los partidos que se presentaban en las elecciones parlamentarias. Estos encuentros fueron organizados por la televisión pública (RTS).

En la campaña electoral de 2016 de las elecciones parlamentarias en Serbia se organizaron tres debates. Al igual que en los comicios de 2012, se realizó una serie de debates titulada "Palabra sobre Palabra", organizada por la Radio Televisión de Serbia (RTS) y Centro para las Elecciones Libres y Democracia (CeSID)<sup>1</sup>.

Antes de referirnos a los tres encuentros de nuestro interés, hay que destacar que los debates "Palabra sobre palabra" se organizan desde el año 2012 en cada campaña electoral en Serbia. Se celebran fuera de los períodos electorales también para hacer posible el contacto directo de los ciudadanos con sus representantes políticos. Se trata de un proyecto que se denomina "Conecta los ciudadanos con los políticos" (*"Connect People with Politicians"*) y que está apoyado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y el Instituto Democrático Internacional (NDI), organizaciones que han proporcionado las

---

<sup>1</sup> CeSID es miembro de la organización Debates International, dedicada a la organización de debates en diferentes países del mundo (<http://www.debatesinternational.org/>).

directrices sobre las reglas, el formato y la producción de los debates. Dado que, desde que comenzaron a celebrarse, siguen realizándose con regularidad, podríamos afirmar que los debates en Serbia ya pasarían a formar parte de todas las campañas electorales.

En la campaña serbia de 2016 se celebraron tres debates los días 19, 20 y 21 de abril a las 21 horas y se transmitieron en directo desde el plató de la RTS. Una de las diferencias con España es que, por un lado, son el CeSID y la RTS quienes invitan a los partidos a participar en los debates. Esto se hace mediante una carta de invitación al debate, dirigida a los partidos políticos y enviada por el director, organizador y moderador de los tres debates, Zoran Stanojevic<sup>2</sup>, en la que se ruega a los partidos que, cuanto antes, avisen sobre quién representará su lista.

Los debates fueron divididos en dos grupos de acuerdo con los participantes y los temas. En los encuentros del primer grupo, el 19 y el 20 de abril, participaron diez candidatos, cada día cinco representantes de cinco partidos distintos, mientras que en el enfrentamiento del día 21 de abril participaron siete candidatos, representantes de siete de las diez listas que debatieron en los días anteriores. Los dos primeros debates duraron 75 minutos, y el último, 90 minutos.

En el primer debate participaron los siguientes candidatos: Milenko Jovanov (Partido Progresista Serbio), Vladimir Pavicevic (Coalición - Partido Demócrata, Nueva, DSHV, ZZS), Sanda Raskovic Ivic (Dveri - Partido Demócrata Serbio), Borko Stefanovic (Serbia para todos nosotros) y Miroslav Parovic (Juntos para Serbia - Alianza Popular). En el segundo debate, participaron Zarko Obradovic (Partido Socialista - Serbia Unida), Nemanja Sarovic (Partido Radical Serbio), Cedomir Jovanovic (Alianza para mejor Serbia), Milica Djurdjevic (Para Serbia libre), Aleksandar Stevanovic (Ya basta).

Por último, en el tercer debate participaron los líderes de los partidos, menos en el caso de dos partidos, el Partido Socialista y el Partido Progresista: Aleksandar Martinovic (Partido Progresista), Bojan Pajtic (Coalición - Partido Demócrata, Nueva, DSHV, ZZS), Dusan Bajatovic (Partido Socialista - Serbia Unida), Nemanja Sarovic (Partido Radical Serbio), Bosko Obradovic (Dveri - Partido Demócrata Serbio), Boris Tadic (Alianza para mejor Serbia) y Sasa Radulovic (Ya basta).

### **3. Metodología**

El objetivo general de esta investigación es realizar el análisis comparativo de un género concreto del discurso político, el debate televisado, a fin de poder llegar a conclusiones relevantes sobre las similitudes y las diferencias en dicho género entre las tradiciones comunicativas de España y Serbia. El análisis del formato de los debates en ambos países consiste en observar las condiciones y las reglas del desarrollo de los programas en cuanto a los aspectos de su realización y puesta en escena. En concreto, nos centramos en los temas tratados, distribución temporal, organización espacial, así como el papel de los moderadores.

Este estudio pretende contribuir a la investigación comparativa de los debates electorales, la herramienta de la comunicación política que ha sido escasamente estudiada tanto en España como en Serbia. Para ello, se aportan algunos datos significativos de la historia de los debates, se introducen los debates objeto del presente estudio y se lleva a cabo el análisis del formato de los programas realizados en ambos países, en las campañas electorales de 2015 y 2016. Este estudio está basado en el corpus audiovisual, disponible íntegramente en internet, que incluye todos los debates de máximo nivel celebrados en las campañas 2015 y 2016 (Tabla 1).

---

<sup>2</sup> La carta de invitación fue proporcionada por parte de Zoran Stanojevic a las autoras de este artículo.

**Tabla 1.** Relación de debates realizados en España y Serbia en 2015 y 2016

País (fecha)	Debate	Entidad organizadora	Participantes (partido)	Moderador/es
España (30/11/2015)	"El País Debate"	<i>El País (Prisa)</i>	Pedro Sánchez (PSOE) Albert Rivera (Ciudadanos) Pablo Iglesias (Podemos)	Carlos Vega
España (7/12/2015)	"7D: El Debate Decisivo"	Atresmedia	Soraya Sáenz de Santamaría (PP) Pedro Sánchez (PSOE) Albert Rivera (Ciudadanos) Pablo Iglesias (Podemos)	Ana Pastor Vicente Vallés
España (14/12/2015)	"Cara a Cara 2015"	Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión	Mariano Rajoy (PP) Pedro Sánchez (PSOE)	Manuel Campo Vidal
España (13/06/2016)	"Deb4te"	Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión	Mariano Rajoy (PP) Pedro Sánchez (PSOE) Albert Rivera (Ciudadanos) Pablo Iglesias (Unidos Podemos)	Ana Blanco Pedro Piqueras Vicente Vallés
Serbia (19/04/2016)	"Palabra sobre Palabra"	RTS y CeSID	Milenko Jovanov (Partido Progresista Serbia), Vladimir Pavicevic (Coalición - Partido Demócrata, Nueva, DSHV, ZZS), Sanda Raskovic Ivic (Dveri – Partido Demócrata Serbia), Borko Stefanovic (Serbia para todos nosotros) y Miroslav Parovic (Juntos para Serbia - Alianza Popular)	Zoran Stanojevic
Serbia (20/04/2016)	"Palabra sobre Palabra"	RTS y CeSID	Zarko Obradovic (Partido Socialista - Serbia Unida), Nemanja Sarovic (Partido Radical Serbia), Cedomir Jovanovic (Alianza para mejor Serbia), Milica Djurdjevic (Para Serbia libre), Aleksandar Stevanovic (Ya basta)	Zoran Stanojevic
Serbia (21/04/2016)	"Palabra sobre Palabra"	RTS y CeSID	Aleksandar Martinovic (Partido Progresista), Bojan Pajtic (Coalición - Partido Demócrata, Nueva, DSHV, ZZS), Dusan Bajatovic (Partido Socialista – Serbia Unida), Nemanja Sarovic (Partido Radical Serbia), Bosko Obradovic (Dveri – Partido Demócrata Serbia), Boris Tadic (Alianza para mejor Serbia) y Sasa Radulovic (Ya basta)	Zoran Stanojevic

Fuente: Elaboración propia.

Los ejemplos extraídos de los debates han sido transcritos, y los ejemplos y citas del serbio son resultado de una traducción propia. Asimismo, para los debates celebrados en

Serbia, se ha mantenido la correspondencia con el organizador y moderador de los debates celebrados en este país, Zoran Stanojevic, quien ha proporcionado algunos de los documentos originales utilizados en la organización de los debates, textos que aportan información relevante a esta investigación. Asimismo, las autoras de este estudio han participado en la organización de los debates "Cara a Cara 2015" y "Deb4te" en 2016, por lo que se aporta en este estudio información correspondiente a ciertas cuestiones organizativas de dichos programas.

Además, en este trabajo se hace referencia a los distintos formatos de los debates celebrados antes de los comicios de 2015 y 2016 en España y Serbia, para observar las novedades con respecto a los formatos de los duelos televisivos anteriormente celebrados en ambos países. Se explica por separado cada debate objeto de estudio de esta investigación y se ofrecen datos relevantes sobre la distribución temporal y espacial. A continuación, se comparan los temas tratados en los enfrentamientos en ambos países. Por último, se contrasta el papel que tuvieron los moderadores en cada debate para observar si existen diferencias en cuanto a su rol y el objetivo principal de sus intervenciones en los debates analizados.

#### **4. Resultados del análisis comparativo de los debates celebrados en 2015 y 2016 en España y Serbia**

##### **4.1. Comparación del formato de los debates**

En España, la novedad en las campañas 2015 y 2016 ha sido la diversidad de formatos establecidos para los cuatro debates celebrados en dichas elecciones, ya que desde 1993 había prevalecido el formato cara a cara. En Serbia, a pesar del número muy elevado de los duelos televisados que se han celebrado desde el año 1990, podemos observar que aún no existe un formato único de debate y que todavía está experimentando y buscando el más apropiado a la cultura y mentalidad serbias. Ahora bien, desde que en el año 2012 se celebraron los primeros debates "Palabra sobre palabra", se ha establecido el formato de estos programas como el formato oficial de todos los que se han celebrado posteriormente.

##### **4.1.1. "El País Debate"**

El primer debate en las elecciones de 2015 en España fue el "El País Debate". En su inicio, el moderador Carlos Vega explicó las características del formato. Esta función de la figura del moderador se repitió en todos los enfrentamientos analizados en este trabajo. El moderador explicó que el atril de Mariano Rajoy quedaría vacío porque este candidato no iba a acudir al debate. Vega añadió que desde el PP ofrecieron la participación de la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, pero que en *El País* no lo aceptaron porque se trataba de un debate entre los candidatos a presidencia, y ella no lo era. El atril permaneció vacío en el escenario y las cámaras lo enfocaron en bastantes ocasiones ofreciendo el plano que evidenciaba la ausencia del líder del PP. Los demás candidatos debatieron de pie, detrás de unos atriles decorados con el logotipo de *El País* y en una escenografía azul (color corporativo del PP), hecho que nos parece interesante, dado que en todos los debates analizados se ha intentado evitar que la escenografía incluyera gama cromática corporativa de los partidos participantes en los debates.

"El País Debate" tuvo una duración de una hora y media, cuatro grandes bloques temáticos y tres pausas publicitarias (cada media hora aproximadamente). En cada bloque los candidatos dispusieron de los dos minutos iniciales para exponer sus propuestas y, posteriormente, se abrió un debate en el que se incluyeron tanto las preguntas del público como las que llegan a través de las redes sociales. Este formato, que incluyó la presencia del público en el plató y las preguntas que el mismo formula, se asemeja a *town hall meeting* o

*people's debate* que desde 1992 Bill Clinton estableció en EE. UU. (Schroeder, 2008: 40). Al final, los tres candidatos contaron con un minuto de oro para concluir su intervención.

#### 4.1.2. "7D: El Debate Decisivo"

El segundo debate celebrado en la campaña 2015, "7D: El Debate Decisivo", fue organizado por el grupo Atresmedia y transmitido por La Sexta, Antena 3, Onda Cero, y a través de Atresplayer por internet. Los candidatos debatieron de pie, sin atriles. Para delimitar su posición se marcó un cuadrado en el suelo. Dentro de este espacio, cada candidato disponía de un soporte para apoyar la documentación y un taburete que ninguno utilizó durante el debate<sup>3</sup>. La escenografía combinó los colores blanco, negro y gris; por tanto, como ya hemos señalado, no existe presencia de colores corporativos de algún partido. El debate duró dos horas y fue moderado por dos periodistas: Ana Pastor (La Sexta) y Vicente Vallés (Antena 3 TV).

Los moderadores explicaron el formato destacando que era "abierto y flexible" y que "por primera vez en España las normas las ponen los periodistas, pero hay que decir que los políticos que están aquí y los partidos, las han aceptado". En este debate, al igual que el de *El País*, se permitió público en el plató, casi 300 personas, pero no podrían intervenir de ninguna manera a lo largo de todo el programa.

En cuanto a la distribución de los tiempos, el debate se dividió en tres grandes áreas temáticas, con dos pausas publicitarias (aproximadamente después de una hora y después de una hora y 45 minutos). Para equilibrar los tiempos, se organizó un dispositivo denominado "la sala del tiempo", donde cuatro periodistas de La Sexta medían el uso del tiempo por parte de cada candidato con un cronometro.

#### 4.1.3. "Cara a Cara 2015"

El tercer debate de la campaña 2015, "Cara a Cara 2015", organizado por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, se inició con las imágenes de la entrada de los candidatos y el moderador, Manuel Campo Vidal, ante la presencia de los fotógrafos y con el sonido del ambiente. En este sentido, encontramos una diferencia con Serbia, ya que, como ha podido observarse, en los debates en este país, los momentos previos al debate nunca se emiten. Todos los programas comienzan con los candidatos en su sitio, detrás de los atriles.

Los candidatos debatieron sentados, detrás de una mesa que medía 170 centímetros, y con el moderador ubicado en el medio. Cabe destacar en este punto que la posición de los candidatos – de pie o sentados – fue una decisión que se tomó durante el proceso de negociación. Incluso, se diseñaron los atriles que iban a ser utilizados en el caso de que el debate se celebrara de pie. La escenografía del "Cara a Cara 2015" fue sencilla, de color gris claro que pretendía reflejar sobriedad y, podríamos afirmar, que se produjo un contraste con el escenario del debate de Atresmedia, que tuvo más elementos propios de un programa de entretenimiento. Por ejemplo, Atresmedia dispuso una cámara en el interior de los vehículos de los candidatos para seguir cada detalle de su llegada a plató.

En cuanto a la distribución del tiempo, el debate se compuso de cuatro bloques temáticos y cada uno de ellos comenzó con un minuto para responder a una pregunta. A continuación, se produjo un debate abierto. Se establecieron dos pausas publicitarias y la principal novedad, con respecto a los cara a cara anteriores, es que se introdujeron varias preguntas de directores de periódicos españoles para concluir los bloques temáticos.

---

<sup>3</sup> Sería objeto de otra investigación observar cómo la ausencia de los atriles en este debate influye en la gestualidad y el lenguaje no verbal de los candidatos, dado que hemos notado una mayor frecuencia de movimientos de las manos, por ejemplo, en casi todos los candidatos en comparación con el debate con atril.



#### 4.1.4. "Deb4te"

El debate a cuatro candidatos celebrado en la campaña 2016, denominado "Deb4te", se distribuyó en cinco bloques temáticos y fue moderado por Ana Blanco, Pedro Piqueras y Vicente Vallés. En cuanto a los tiempos, los moderadores podían gestionar el debate de acuerdo a criterios de equilibrio.

Los candidatos permanecieron detrás de los atriles con el logotipo *Deb4te* y en un plató gris y el negro, con unas líneas entrelazadas con los colores identificativos de los cuatro partidos. Cada candidato tuvo aproximadamente dos minutos para responder a la primera pregunta y, a continuación, pidieron la palabra en caso de alusión. Los tiempos de las intervenciones se midieron para equilibrar el uso del tiempo por parte de cada candidato.

#### 4.1.5. "Palabra sobre palabra"

Los tres debates de la campaña 2016 en Serbia, denominados "Palabra sobre palabra" fueron moderados por Zoran Stanojevic, organizador de los debates también. Como ya hemos destacado, en Serbia no se emiten las imágenes previas al debate ni los saludos entre los candidatos. No hay público en el plató y el moderador explica las reglas del debate y el formato mientras los candidatos permanecen de pie, detrás de los atriles. La escenografía presentaba los colores corporativos de la Radio Televisión Serbia y, a diferencia de España, no todos los partidos de Serbia tienen asociado un color corporativo.

El debate duró 75 minutos aproximadamente y se compuso por tres bloques temáticos. Las reglas fueron las mismas en todos los debates: para cada una de las tres preguntas planteadas, los participantes tuvieron un minuto para responder, un minuto para réplica y otro minuto para concluir; en total, tres minutos por pregunta. Al final del programa, todos los participantes contaron con un minuto para concluir el debate. El tiempo se midió estrictamente y se proyectó en una pantalla. Si algún candidato superaba el tiempo de la respuesta, sonaba una señal acústica que le indicaba que su tiempo había finalizado. Los participantes solo podían hablar en el orden y tiempo establecidos, y no se podían interrumpir unos a otros. El moderador destacó que "todos los participantes han estado de acuerdo con las reglas [...] y se han comprometido a utilizar el lenguaje apropiado a la comunicación pública".

El orden de las intervenciones se determinó con un sorteo justo antes del debate. En el plató no se podían introducir ningún material ni objetos, el organizador proporciona a cada candidato un papel y un bolígrafo. En este sentido, por ejemplo, puede notarse la influencia de los debates de EE. UU., en los que no está permitido llevar objetos al plató, solamente bolígrafo y papel. En cambio, en España, los políticos no pueden resistir el impulso de armarse con gran cantidad de papeles, estadísticas, recortes de los periódicos, gráficos, aunque a veces estos se convierten en distracción más que en una ayuda.

Al principio de cada tema se emitió una encuesta de 1 minuto realizada a los ciudadanos de diferentes ciudades de Serbia en la que se les pregunta cuáles son, en su opinión, los problemas más grandes de Serbia.

**Tabla 2.** Esquema de los formatos de debate en España y Serbia

Debate	Distribución espacial	Duración	Intervenciones	Interrupciones	Presencia del público y preguntas
<i>El País debate</i>	De pie detrás de los atriles	90 minutos	4 bloques temáticos 2 minutos iniciales en cada bloque 1 minuto de oro 3 pausas publicitarias	Sí	Público en el plató Preguntas del público
<i>7D: El Debate Decisivo</i>	De pie sin atriles y con un taburete al lado	120 minutos	3 bloques temáticos 2 pausas publicitarias “Sala de tiempo” 1 minuto de oro	Sí	Público en el plató Sin preguntas
<i>Cara a Cara 2015</i>	Sentados detrás de una mesa	120 minutos	4 bloques temáticos 1 minuto para responder a una pregunta en cada bloque 2 pausas publicitarias	Sí	Preguntas de directores de periódicos españoles Sin público en el plató
<i>Deb4te</i>	De pie detrás los atriles	120 minutos	5 bloques temáticos Una pregunta inicial y 2 minutos para responderla una intervención final de 1 minuto sin preguntas 2 pausas publicitarias	Sí	Sin público y sin preguntas
<i>Palabra sobre palabra</i>	De pie detrás de los atriles	75 minutos	3 bloques temáticos 1 minuto para responder a cada tema 1 minuto para réplica 1 minuto para concluir el bloque 1 minuto para concluir el debate	No	Sin público y sin preguntas Una encuesta de 1 minuto realizada a los ciudadanos de Serbia

*Fuente: Elaboración propia.*

#### 4.2. Los temas tratados en los programas

Uno de los objetivos principales de los debates electorales es conocer la opinión y las propuestas de los políticos en relación con los temas que, en la actualidad, presentan las mayores preocupaciones de los ciudadanos. En España, este barómetro lo proporciona el CIS<sup>4</sup> y, en Serbia, las encuestas de las principales preocupaciones, que posteriormente serán

<sup>4</sup> Las encuestas del CIS están disponibles en los enlaces:

temas de los debates, las realiza el CeSID. Observamos que, dado que se trata de dos contextos políticos muy diferentes, en los debates de España y Serbia hay algunos temas que coinciden, pero en las campañas de cada país se abordan algunos temas específicos de cada uno.

En el “El País Debate”, se discutieron cuatro grandes temas: economía (la mayor preocupación, la crisis, el paro, desigualdad, etc.), política social y el estado de bienestar, política territorial y, por último, las propuestas para “regenerar todo lo que está deteriorado en la política”, tal como lo define el propio moderador del debate. No obstante, una vez establecidos los temas, se consideró necesario, antes de empezar el debate, plantear una pregunta sobre el atentado terrorista en París, suceso que afectó y conmovió a toda la sociedad española.

Aparte de las preguntas que formuló el moderador en relación con los temas principales, como ya se ha señalado, el público también planteó diferentes cuestiones que abrieron ciertos subtemas dentro de los grandes bloques, como, por ejemplo, la igualdad entre hombres y mujeres, el retorno de las personas que emigraron por razones laborales, las medidas para garantizar una vejez digna, las competencias de las comunidades autónomas y la permanencia de los ayuntamientos pequeños.

El “7D: El Debate Decisivo” comenzó con una pregunta de actualidad, a la que siguieron las siguientes áreas temáticas: economía y estado de bienestar (paro, impuestos, recortes, déficit, educación, pensiones, etc.), reformas institucionales (corrupción, Cataluña y modelo de estado, reforma de la Constitución, violencia machista) y pactos postelectorales. La pregunta de cierre fue sobre la intervención militar en Siria, después de la cual los candidatos contaron con un “minuto decisivo para pedir voto, si quieren”, según apuntaron los moderadores. La novedad en este debate fue que, durante todo el programa, los temas estaban reflejados en la pantalla, lo que facilitó el seguimiento a los espectadores.

En el “Cara a Cara 2015”, los temas respondieron al barómetro del CIS: el empleo y la economía; sistema de pensiones y el estado de bienestar; reformas institucionales y la ordenación territorial, y, por último, España en el mundo. Cada uno de estos temas se introdujo con preguntas del moderador, como, por ejemplo, “¿Dónde queda España en esa nueva Europa, y en su relación con Latinoamérica, y en qué dirección la va a conducir usted si llega a la presidencia del Gobierno?”. No obstante, antes de entrar en el debate, el moderador formuló una pregunta a los dos candidatos: “La idea de España que tienen. Tienen 1 minuto para responder a dónde quieren llevar el país”. Como ya se ha destacado, la novedad en este debate fueron las preguntas de varios directores de periódicos españoles, que se utilizaron para concluir los bloques temáticos.

En los debates en Serbia no se plantean las preguntas de los periodistas. Una de las explicaciones que se ofrecen para justificarlo es que los periodistas en Serbia no son neutrales. Si bien hoy en día están mucho más abiertos y diversificados, Baćević (1994: 100) afirma que en “el escenario político serbio no hay periodistas ni medios de comunicación neutrales”. Por ello, a la hora de plantear la participación de los periodistas en los debates, los partidos políticos no aceptarían ese formato.

El 13 de junio de 2016, cuando se celebró el “Deb4te”, las mayores preocupaciones de los ciudadanos seguían siendo la economía y el empleo. Por ello, ese fue el primer tema que se debatió en este encuentro. El segundo tema correspondió a las políticas sociales; el tercer tema, a la regeneración democrática y las reformas institucionales; el cuarto, a la política exterior y el último, a los posibles pactos postelectorales.

---

Diciembre, 2015: [http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1\\_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14250](http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14250)

Mayo, 2016: [http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1\\_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14282](http://www.cis.es/cis/opencm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=14282)

En relación con los temas de los debates en Serbia, los dos primeros programas (del 19 y 20 de abril) abordaron los mismos temas: cómo debe ser la relación de Serbia y la Unión Europea, cómo mejorar la agricultura Serbia y cómo resolver la crisis catastrófica de natalidad en Serbia. El debate del 21 de abril tuvo tres temas: seguridad y la crisis migratoria, el paro y las relaciones en la región. Lo que podríamos destacar como diferente de los debates españoles es que en la carátula de los tres programas aparecen escritos los temas que, realmente, preocupan más a los ciudadanos de Serbia, aunque no se discuten todos en los debates. Así, aparece en pantalla el paro, la corrupción, seguridad, Unión Europea, Rusia, región. Se observa que, por ejemplo, el tema de Rusia no fue el tema principal de ningún debate, aunque se ha podido detectar que se habló de las relaciones de Serbia con este país en el tema de la Unión Europea.

Según este análisis, los temas que coinciden en los debates de ambos países son el paro y la economía, la corrupción, la seguridad y la crisis migratoria, mientras que el resto de los temas son propios de cada contexto político.

### 4.3. El papel de los moderadores

Si comparamos con los debates celebrados con anterioridad, podemos observar que en los sucedidos en 2015 y 2016 los moderadores han tenido un papel más activo, han planteado preguntas, han insistido en que los candidatos respondieran a las preguntas formuladas, y en que no se desviaran de los temas que se estaban debatiendo, etc.<sup>5</sup>

En Serbia, en los enfrentamientos entre los políticos de la última década ha podido observarse que el rol del moderador es mínimo y más pasivo con respecto a los moderadores de los debates españoles. Podemos afirmar que este rol sigue siendo el mismo desde los debates celebrados en el año 2012 en la campaña presidencial. A continuación, se explicarán las funciones concretas de los moderadores en todos los debates y se aportarán ejemplos de sus intervenciones con el objetivo de comparar su papel en todos los encuentros televisados en los países de interés para nuestra investigación.

A nivel general, la primera intervención de los moderadores en los debates ha servido, principalmente, para dar las gracias a los candidatos por su participación y para explicar el formato del programa. La forma de dirigirse a los candidatos fue formal, así que los moderadores en todos los debates trataron a los políticos de *usted*<sup>6</sup>. Una de las principales funciones de los moderadores fue controlar los tiempos. Con ese objetivo, los moderadores podrían interrumpir a los candidatos en su exposición, avisarles del tiempo que les quedaba o advertirles que el tiempo se ha agotado. Vega lo planteó de distintas maneras: “Gracias, Pedro Sánchez. Los 30 segundos ya han pasado”; “Nos queda poco tiempo en este bloque”; Por su parte, Campo Vidal también indicó la distribución de los tiempos entre los candidatos: “Deje concluir al Sr. Rajoy y sigue, Sr. Sánchez”, “Terminemos, pero terminemos de verdad”. Asimismo, Ana Blanco avisó a los candidatos: “Queda muy poco tiempo, vamos a hacer una ronda en ese sentido”, al igual que Vicente Vallés: “Ya ha tenido la palabra, Sr. Rivera. Recuerden que ustedes mismos han establecido el límite de tiempo que deben ustedes gestionar”.

Respecto al tiempo, los moderadores frecuentemente hacen un balance de los tiempos en el debate. Así, Ana Pastor señaló: “Hay equilibrio, no exactitud, pero sí el equilibrio suficiente”. Es curioso también como los moderadores señalaron lo difícil que es cerrar un bloque. Vega comentó: “El bloque económico, que es interminable. Podemos estar haciendo

---

<sup>5</sup> Para el papel del moderador en los debates 2008 y 2011 en España y en 2008 y 2012 en Serbia, consultar Micovic (2014) y Gallego Reguera (2016).

<sup>6</sup> Este no es el caso de los candidatos. En el debate de *El País* y de Atresmedia, con frecuencia el trato entre los candidatos es *tú*, o incluso se confunden y mezclan las dos formas de tratar unos a otros. En el Cara a Cara 2015 y Debate el trato entre los candidatos es formal y siempre se tratan de *usted*.

cuatro debates y no acabar nunca.” Por su parte, Vallés en el “Debate Decisivo” también advirtió: “No acabamos nunca el debate, voy a dar 10 segundos”.

En el debate de *El País*, el moderador también es el único que se dirige al público, dando paso a sus preguntas (“Vamos ahora a las preguntas del público”) o bien pidiéndoles que aplaudan (“Yo voy a pedir el público, cosa que no ha podido hacer durante todo el debate, a aplaudir”).

Los moderadores plantearon preguntas que consideraban que podían aportar más información a los ciudadanos o, simplemente, para reconducir el debate. Por ejemplo, Vega preguntó a Pablo Iglesias en el tema de educación: “¿De dónde sale el dinero para eso, Pablo?”. Ana Pastor repitió la pregunta cuando el candidato no respondía. Por ejemplo, reformuló la pregunta para Pablo Iglesias: “No le preguntaba por las encuestas, le preguntaba por el programa. ¿Cuál va a ser, el de hace un año o el de ahora?”, o para Soraya Sáenz de Santamaría: “Pero, señora Vicepresidenta, le hemos preguntado, le preguntaba Vicente por las responsabilidades políticas. Esa es la sensación que todo el mundo tiene, para futuro ustedes proponen medidas, de lo que ya ha ocurrido, de Bárcenas, de esos SMS, ¿ha habido, usted cree, responsabilidades políticas en el PP, en el Gobierno?”

En los debates en Serbia, Stanojevic se vio obligado con frecuencia a pedir más precisión en la exposición de los candidatos: “Vamos a las réplicas y vamos a explicar con más precisión qué es lo que ofrece vuestra lista para la mejora de la agricultura”, “Con un poco más precisión, ¿cómo van a llevar ustedes las integraciones europeas?”, “Os pido por favor que no nos alejemos al tema”.

Ocorre, a veces, que los candidatos evitan debatir sobre un tema y el moderador debe advertirles que tienen que tratar sobre el tema en cuestión. Así, en el “Cara a Cara 2015”, Campo Vidal repitió hasta cinco veces que es imprescindible debatir sobre el tema de Cataluña.

En definitiva, las principales funciones que cumplieron los moderadores en los debates en Serbia y España estuvieron bien definidas, acotadas y tuvieron un objetivo en común: garantizar el desarrollo adecuado de los programas, respetando las reglas establecidas para cada uno de los enfrentamientos entre los políticos.

## **5. Conclusiones**

Este artículo plantea un análisis comparativo entre los formatos de los debates de primer nivel político en España y Serbia. Los dos países iniciaron su andadura en estos debates en la década de los noventa, Serbia en 1990 y España, tres años después, en 1993. Aunque la gran diferencia en este sentido reside la gran interrupción de 15 años sin debates que se produjo en España. Sin embargo, en Serbia se han celebrado con carácter ininterrumpido.

Se observa otra diferencia entre la dinámica establecida en lo que se refiere a la entidad organizadora y emisora. Por un lado en Serbia, desde el año 2012 se han establecido como organizadores la televisión pública (RTS) y el organismo independiente (CeSID), e invitan a los partidos a participar en los debates, esto es, a los representantes de las listas. Por supuesto, son los propios partidos quienes escogen a qué representante envían al debate. Por otro lado, en España, el debate no se encuentra tan institucionalizado y la dinámica es más compleja, ya que en cada ocasión se ha establecido una negociación entre partidos políticos y las posibles entidades o cadenas organizadoras. En este punto, destaca la labor de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, que recuperó los debates en 2008 y los ha organizado también en 2011, 2015 y 2016, ofreciendo una señal abierta para todos los medios nacionales e internacionales. En los debates analizados de 2015, observamos que además del debate “cara a cara” entre Rajoy y Sánchez, se realizaron otros dos debates (*El País* y Atresmedia) entre posibles candidatos a la presidencia del Gobierno sin la presencia

de Rajoy. Esta negativa de Rajoy a debatir a cuatro cambiará ante la nueva convocatoria de elecciones en junio de 2016 y él también acudirá a un único debate a cuatro.

Respecto a la evolución del formato audiovisual, se ha observado que en Serbia todos los debates tienen el mismo formato a partir del año 2012, pero antes se experimentó mucho con el formato (preguntas de periodistas, presencia del público, de pie o sentados, sin posibilidad de interrumpirse y con posibilidad de interrumpirse). Por otra parte, observamos que el modelo español se ha modificado permitiendo cada vez más flexibilidad, así como en la mayor libertad para interpelar o interrumpir. Asimismo, se ha permitido la presencia del público en el plató y la posibilidad de plantear preguntas. Podemos concluir que la irrupción de nuevos partidos políticos en la política española ha provocado una evolución significativa de los debates tradicionalmente "cara a cara", ya que durante las elecciones generales de 2015 y 2016 hemos observado nuevos actores mediáticos, mayor número de debates, diferentes formatos y mayor intervención de la figura del moderador y mayor número de moderadores. El papel de moderador en los debates serbios es menos flexible y más pasivo que el español, tal vez, debido a la ausencia por completo de las interrupciones en el debate serbio, según las reglas establecidas previamente. La función del moderador ha ido variando, ya que en los años 90 tenía más libertad que en los actuales, donde su papel se ha ido minimizando.

Los temas tratados en sendos casos corresponden a la realidad política de cada país. En España, los temas fueron muy parecidos o simplemente diferente formulados en los diferentes debates, pero correspondían, en todo caso, a las mayores preocupaciones de los ciudadanos, indicadas por el CIS. En Serbia ocurre lo mismo, se abordan los mayores problemas del país para los ciudadanos. Sin embargo, existen diferencias en la distribución de los tiempos, ya que en el caso español se permiten las interrupciones y en el serbio, no, aunque ambos formatos se dividen en bloques temáticos y cuentan con un minuto de cierre en todos los programas. Es fundamental señalar que el formato serbio se asemeja a los modelos estadounidenses, fruto de la colaboración con las entidades organizadoras de debate de EE. UU., como NDI y USAID.

En esta investigación, se ha observado que, el formato español, en comparación el serbio, es más flexible porque permite que los candidatos se interrumpan y facilita el contexto para mantener un diálogo, pero son los políticos de quienes depende aprovechar la oportunidad del formato para debatir, o no hacerlo.

## Referencias

- Bačević, L. (1994). Mediji i izbori. *Gledišta*, 1-6, 95-110.
- Becker, L. B., Sobowale, I. A., Cobbey, R. E., & Eyal, C. H. (1978/1980). Debates "Effects on Voters" Understanding of Candidates and Issues. En G. F. Bishop, R. G. Meadow, & M. Jackson-Beeck, *The Presidential Debates: Media, Electoral, and Policy Perspectives* (pp. 126-139). New York: Praeger.
- Benoit, W. (2002). *The primary decision: A functional analysis of debates in presidential primaries*. Westport, CT: Praeger.
- Bishop, G. F., Oldendick, R. W., & Tuchfarber, A. J. (1978/1980). The Presidential Debates as a Device for Increasing the Rationality of Electoral Behavior. IEn G. F. Bishop, R. G. Meadow, & M. Jackson-Beeck, *The Presidential Debates: Media, Electoral, and Policy Perspectives* (pp. 179-196). New York: Praeger.

- Boix, A., & López-García, G. (2014). El significado de las Elecciones Europeas de 2014 en España: giro a la izquierda y hundimiento del bipartidismo. *Unión Europea Aranzadi*, 7, 69-93.
- Campo Vidal, M. (2013). *La cara oculta de los debates electorales: Los debates cara a cara presidenciales en España*. Madrid: Instituto de Comunicación Empresarial (ICE) & Nautebook.
- Canel, M. J. (2006). *Comunicación política: Una guía para su estudio y práctica* (2 ed.). Tecnos: Madrid.
- Carlin, D. P., Howard, C., Stanfield, S., & Reynolds, L. (1991). The effects of presidential debate formats on clash: A comparative analysis. *Argumentation and Advocacy*, 27, 126-136.
- Casero-Ripollés, A., Feenstra, R., & Tormey, S. (2016). Old and New Media Logics in an Electoral Campaign: The Case of Podemos and the Two-Way Street Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, 21(3), 378-397.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Cebrián Herreros, M. (1992). *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Ciencia.
- Del Olmo, F., Ruiz, J., & Díaz, J. B. (2016). Del tweet a la fotografía, la evolución de la comunicación política en Twitter hacia la imagen. El caso del debate del estado de la nación en España (2015). *Revista Latina de Comunicación Social*, 108-123.
- Díez Nicolás, J., & Semetko, H. A. (1995). La televisión y las elecciones de 1993. En D. L. Swanson, A. Muñoz Alonso, & J. I. Rospir Zabala, *Comunicación política*. Madrid: Universitas.
- El País (2 de diciembre de 2015). *El País Debate*. Retrieved from [http://elpais.com/elpais/2015/11/30/media/1448893833\\_064378.html](http://elpais.com/elpais/2015/11/30/media/1448893833_064378.html)
- Gallego Reguera, M. (2009). *El debate de los Debates 2008: España y EE. UU. Barcelona*. Barcelona: Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión y Àmbit.
- Gallego Reguera, M. (2012). *Debate del Debate 2011*. Madrid: Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión y Dykinson.
- Gallego Reguera, M. (2016). *El regreso del Cara a Cara en España: La organización profesional de los debates electorales televisados entre candidatos a la Presidencia del Gobierno en 2008 (Tesis Doctoral)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Hagner, P. R., & Rieselbach, L. N. (1978/1980). The Impact of the 1976 Presidential Debates: Conversion or Reinforcement? En G. F. Bishop, R. G. Meadow, & M. Jackson-Beeck, *The Presidential Debates: Media, Electoral, and Policy Perspectives* (pp. 157-178). New York: Praeger.
- Holtz-Bacha, C. (2004). Political Communication Research Abroad: Europe. In L. L. Kaid, *Handbook of Political Communication Research* (pp. 463-478). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kraus, S. (1988). *Televised Presidential Debates and Public Policy*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lanoue, D. J., & Schrott, P. R. (1991). *The Joint Press Conference: The History, Impact and Prospects of American Presidential Debates*. New York: Greenwood.
- López-García, G. (2016). 'Nuevos' y 'viejos' liderazgos: la campaña de las elecciones generales españolas de 2015 en Twitter. *Communication & Society*, 29(3), 149-167.
- Mancini, P., & Swanson, D. L. (1996). *Politics, Media and Modern Democracy: an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*. Westport: Greenwood.
- Marín, B. (2003). Debates electorales por televisión. En S. Berrocal Gonzalo, J. L. Dader García, & J. I. Rospir Zabala, *Comunicación política en televisión y nuevos medios* (pp. 207-243). Barcelona: Ariel.

- Mateos, A. (26 de febrero de 2015). Iglesias reta a Rajoy a un cara a cara en televisión porque 'la oposición real no está en el Congreso'. *El Mundo*.
- Matić, J. (2006). *Televizijska prezentacija kampanja za parlamentarne izbore u Srbiji 1990-2000 (doktorska disertacija)*. Beograd: FPN.
- Mazzoleni, G. (1998/2010). *La comunicación política*. Madrid: Alianza Editorial.
- McKinney, M. S., & Carlin, D. B. (2004). Political Campaign Debates. En L. L. Kaid, *Handbook of Political Communication Research* (pp. 203-234). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Micovic, M. (2012). Debates en las nuevas democracias europeas. Serbia y España cara a cara. In M. Gallego Reguera, *Debate del Debate 2011* (pp. 83-90). Madrid: Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión y Dykinson.
- Micovic, M. (2014). *La comunicación y el discurso políticos en España y Serbia. Análisis comparativo de las estrategias argumentativas utilizadas en los debates electorales televisivos (Tesis doctoral)*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Mihailović, S. (2008). Predsednički izbori 2008. Okolnosti i rezultat. (S. Mihailović, Ed.) *Predsednički izbori 2008. Okolnosti i rezultat*, 7-19.
- Milivojević, C. (2008). *Na prvu loptu. Političko komuniciranje u Srbiji 1990-2007*. Beograd: Cvijetin Milivojevic.
- Pfau, M. (1984). A Comparative Assessment of Intra-Party Political Debate Formats. *Political Communication Review*, 9, 1-23.
- Rodríguez Andrés, R. (2016). El ascenso de los candidatos outsiders como consecuencia de las nuevas formas de Comunicación Política y la desafección ciudadana. *Comunicación y Hombre*, 12, 73-95.
- Roper, E. (Noviembre de 1960). Polling Post- Morten. *Saturday Review*, pp. 10-13.
- Ruiz Contreras, M. (2007). *La imagen de los partidos políticos: El comportamiento electoral en España durante las elecciones generales de 1993 y 1996*. Madrid: CIS.
- Sánchez Duarte, J. (2016). La red como espacio para la militancia política: tecnología y participación en campaña electoral. *Communication Society*, 29(3), 33-47.
- Santamaría, J. (2012). Los candidatos tratan de afirmar su propia credibilidad. En M. Gallego Reguera, *El debate del Debate 2011: España* (pp. 37-43). Madrid: Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión y Editorial Dykinson.
- Schroeder, A. (2008). *The Presidential Debates: Fifty Years of High-Risk TV*. New York: Columbia University Press.
- Schroeder, A. (2012). Los formatos de los debates televisivos. En M. Gallego Reguera, *El debate del Debate 2011* (pp. 19-24). Madrid: Academia de las Ciencias y las Artes (Academiav) y Editorial Dykinson.
- Slavujevic, Z. D. (2007). *Izborne kampanje: Pohod na birače. Slučaj Srbije od 1990. do 2007. godine*. Beograd: FPN.
- Swanson, D. L. (1995). El campo de la Comunicación Política. La democracia centrada en los Medios. En A. Muñoz-Alonso, & J. L. Rospir, *Comunicación política* (pp. 3-24). Madrid: Editorial Universitaria.
- Vidal Riera, F. (1997). *Los debates "cara a cara": Fundamentos básicos para la celebración de debates electorales audiovisuales entre los líderes de los partidos mayoritarios (Tesis doctoral)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Zarefsky, D. (1999). Looking forward, looking back: Presidential debates, 1960-2000. *Meeting of the central States Communication Association*. St. Louis, MO.